

VU Research Portal

Relaties tussen wijsbegeerte en ondernemingen in kaart gebracht

van Diest, J.

published in

Filosofie in Bedrijf
2000

document version

Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link to publication in VU Research Portal](#)

citation for published version (APA)

van Diest, J. (2000). Relaties tussen wijsbegeerte en ondernemingen in kaart gebracht. *Filosofie in Bedrijf*, (3/4), 24-32.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

E-mail address:

vuresearchportal.ub@vu.nl

Relaties tussen wijsbegeerte en ondernemingen in kaart gebracht

Han van Diest

Inleiding

In wijsgerige kringen bestaat een toenemende belangstelling voor ondernemingen. Er worden seminars georganiseerd door filosofen gericht op het management van bedrijven. Er verschijnt wijsgerige literatuur over de problematiek van ondernemingen. Die aandacht blijkt wederkerig: het management van ondernemingen ziet ook de wijsbegeerte als bron van expertise ten behoeve van het oplossen van problemen.

Inmiddels blijken er verschillende soorten van relaties tussen filosofie en ondernemingen te bestaan. Om twee extremen te noemen: de Duitse wijsgeer Hegel heeft over ondernemingen geschreven, en er zijn 'praktische' filosofen die hun vaardigheden inzetten ten behoeve van het oplossen van problemen in bedrijven. Er kan daarom aanleiding zijn tot spraakverwarring wanneer men het heeft over de relatie filosofie en bedrijf. Op grond hiervan is het idee ontstaan om die relaties in kaart te brengen.

Het gaat in dit artikel om een momentopname van bestaande relaties tussen filosofie en bedrijf: ik probeer hierin patronen op het spoor te komen. Er is naar volledigheid gestreefd; wat zich nu voordoet op dit gebied moet een plaats hebben in dit overzicht. Feit blijft wel dat zo'n tijdsopname

in principe altijd achter de feiten aanloopt. De hoofdonterscheiding die ik in dit overzicht gebruik is de volgende: filosofie *over* en filosofie *in* ondernemingen.

Wanneer het gaat om filosofie *over* ondernemingen is het gebied van ondernemingen object van wijsgerige analyse. 'Toepassing' staat niet voorop maar wordt ook niet uitgesloten. In het onderstaande onderscheid ik een aantal manieren waarop sprake is van filosofie over ondernemingen. Hierbij heb ik mij vooral gericht op inhoudelijke aspecten.

Er kan ook sprake zijn van filosofie *in* ondernemingen. Dan gaat het in eerste instantie om het leveren van een bijdrage aan een verbetering van de gang van zaken binnen een bedrijf. Wijsgerige inzichten kunnen bijvoorbeeld gebruikt worden ten behoeve van de organisatieontwikkeling. Men kan hierbij denken aan het formuleren van een strategieplan of het verrichten van productinnovatie. Ook kan dit soort van inzichten ingezet worden voor het verbeteren van communicatieprocessen. Zowel de opgedane wijsgerige kennis als de wijsgerige houding kunnen hierbij een rol spelen.

De onderscheidingen die ik hier maak zijn niet vanuit een inhoudelijk perspectief ingegeven; ik heb veeleer gekeken naar verschillende posities die

een 'praktisch' filosoof in een onderneming kan innemen. Die posities zijn divers van aard: hij/zij kan een baan hebben in een onderneming, werken vanuit een adviesbureau of werkzaam zijn aan een universiteit.

Voor activiteiten die niet goed te rubriceren zijn onder de categorisering over/in ondernemingen, hanteer ik een restcategorie: overige praktijken.

Tenslotte: de vraag wat filosofie 'is', laat ik hier in het midden. Enerzijds omdat verwacht mag worden dat lezers van dit artikel enig inzicht hebben in wijsgerige vraagstukken. Anderzijds omdat ik een 'empirisch' standpunt inneem: ik laat mij leiden door wat zich aan verschijnselen voordoet die men filosofisch noemt. Impliciet echter veronderstelt deze landkaart wel een minimale opvatting van het begrip 'filosofie': ik zou anders geen reden hebben de restcategorie C te onderscheiden. Tautologisch geformuleerd: ik definieer filosofie in dit verband als datgene wat in academische kringen onder filosofie wordt verstaan.

FILOSOFIE OVER ONDERNEMINGEN

Relevantie van de geschiedenis van de filosofie voor de filosofie over ondernemingen

Een bedrijf kan beschouwd worden als een sociale, politieke en economische entiteit. In de geschiedenis van de wijsbegeerte zijn op diverse manieren analyses aan te treffen van het sociale, politieke en economische. Men zou de stelling kunnen verdedigen dat hiermee impliciet ook iets over bedrijven wordt gezegd. Dit kan men proberen te expliciteren zodat deze analyses als uit-

gangspunt worden genomen voor een wijsgerige opheldering van ondernemingen of een aspect daarvan. Zo'n uitgangspunt kan bijvoorbeeld Plato's politieke filosofie zijn. Aristoteles' denken over economie is een ander voorbeeld. Verder kan men denken aan Hobbes, Locke, Rousseau, Hegel, Marx, enzovoorts. In de 20ste eeuw is de filosofie van Hannah Arendt een voorbeeld. Zij schreef bijna niets over bedrijven, maar haar politieke analyse evenals haar analyse van de fenomenen arbeid, werk en handelen kunnen hier vruchtbaar blijken.

In het boek van De Geus, *Organisatietheorie in de politieke filosofie*¹ wordt de geschiedenis van de filosofie op deze manier benaderd: elementen van de politieke filosofie van onder andere Plato, Aristoteles, Hobbes en Locke worden in verband gebracht met de organisatietheorie.

Positie van bedrijven in de samenleving

Op het moment dat ondernemingen als sociale fenomenen herkenbaar zijn, is het welhaast onvermijdelijk dat filosofen zich hierop richten, bijvoorbeeld in het kader van een sociale filosofie. Ondernemingen krijgen dan een bijzondere wijsgerige aandacht, niet als fenomeen op zich dat als zodanig wijsgerig de moeite waard is maar als onderdeel van een ruimer geheel waar het in die analyse om gaat.

Een bekend voorbeeld hiervan is Hegel. In de ontwikkeling van wat hij de 'objectieve geest' noemt komt hij nadrukkelijk over ondernemingen te spreken: zij nemen een bepaalde plaats in in de ontwikkeling van die geest, namelijk tussen de individuele wil, het individuele recht en de staat: het 'systeem van de behoeften'. De praktijk van ondernemingen blijkt een bepaalde, noodzakelijke

fase te zijn in de ontwikkeling van de 'objectieve geest' naar wat hij de 'absolute geest' noemt.

Een ander voorbeeld is Marx. Evenals bij Hegel zijn bij Marx ondernemingen noodzakelijk voor de realisering van 'de vrijheid', die bij Marx neerkomt op de bevrijding van het proletariaat. Het gaat Marx om die bevrijding waarvan hij het noodzakelijke karakter wil aantonen via een revolutie. Om dat te doen ziet hij zich genoodzaakt uitvoerige beschrijvingen te geven van de praktijken in en rondom ondernemingen in de 19e eeuw. Een hedendaags voorbeeld is het boek *Kosmopolis* van Toulmin². In dit boek wijst Toulmin op theoretische en praktische tekortkomingen van wat hij de moderniteit noemt. In de concrete gang van zaken in bedrijven ziet hij hoopvolle ontwikkelingen die richting zouden kunnen geven aan alternatieven voor de genoemde tekortkomingen. Hij verwijst in dit verband naar Drucker (zie elders).

Wijsgerige kritiek op de praktijk in en rondom ondernemingen

Min of meer in het verlengde van de vorige twee invalshoeken kan het ook tot een kritiek komen van de praktijk in en rondom ondernemingen. Dit is onder andere aan te treffen bij Marx: naast een beschrijving van die praktijk is in zijn analyse eveneens een be- of veroordeling aan te treffen van die praktijk, hoezeer die praktijk tegelijk ook noodzakelijk is voor de beoogde revolutie ('Verelendungstheorie'). Bij Hegel is eveneens een kritiek aan te treffen, zij het van een andere aard: die kritiek heeft betrekking op de verabsolutering van het belang van de ondernemingspraktijk.

In de 20ste eeuw zijn er legio voorbeelden te geven. De filosoof Charles Taylor³ wijdt een artikel aan de praktijk in en rondom 'bureaucrati-

sche ondernemingen', en tracht hiervan een bepaald soort irrationaliteit aan te tonen. Een vergelijkbaar artikel heeft de Duitse filosoof Max Scheler geschreven. Ook Sloterdijk is zo'n voorbeeld. Ten Bos heeft de kritiek van Sloterdijk mede als uitgangspunt genomen voor de analyse van vigerende management- en organisatieopvattingen.⁴ Een ander voorbeeld is: Van Diest, *Berekenbaarheid van organisatieprocessen*.⁵

Analyse van aspecten van ondernemingen vanuit een wijsgerig begrip of wijsgerige stroming

Filosofen kunnen vanuit een bepaalde wijsgerige benadering of een bepaald wijsgerig begrip een aspect van ondernemingen tot onderwerp maken van een wijsgerige reflectie. Deze vorm is waarschijnlijk alleen in de 2de helft van de 20ste eeuw en daarna aan te treffen omdat als voorwaarde geldt dat men het gebied van ondernemingen als zodanig als wijsgerig relevant beschouwt, zonder dat het evenwel komt tot een meer omvattende filosofie van ondernemingen. Zo'n perspectief kan bijvoorbeeld dat van de kritische theorie, de fenomenologie of het postmodernisme zijn. Ook kan een wijsgerig ontwikkeld begrip centraal staan.

Een voorbeeld van deze benadering is het boek van Alvesson en Willmott: *Making Sense of Management*.⁶ In dit boek wordt de moderne organisatietheorie geanalyseerd vanuit een aantal perspectieven van de kritische theorie. Een ander voorbeeld is het boek uitgegeven door Hassard en Parker, *Postmodernism and Organizations*.⁷ De titel spreekt in dit verband voor zich. Het artikel van Schipper *Ruimte voor reflectie*⁸ is een voorbeeld van een analyse waarin een wijsgerig

ontwikkeld begrip ('reflectie') in verband wordt gebracht met de praktijk van ondernemingen.

Wijzgerige analyse van een thema uit het gebied van ondernemingen

Ten opzichte van de vorige benadering kan ook een omgekeerde positie worden ingenomen. Men kan een begrippen of ontwikkelingen die min of meer direct verbonden zijn met het gebied van ondernemingen als uitgangspunt nemen voor een wijzgerige analyse. Begrippen als strategie, markt structuur, kennis, macht en ontwikkelingen in verband met de ICT en de kenniseconomie liggen hier voor de hand. Het gaat dan om een (wijzgerige) analyse van deze begrippen of ontwikkelingen in de context van ondernemingen.

Voorbeelden: J. Bransen, *Een alternatieve kijk op het begrip 'toekomstscenario'*⁹, en R. van Rijn, *Kennismanagement en Pragmatisme van Williams*¹⁰. Het hoofdstuk 'De onderneming als non-systeem' uit *Zinnig Ondernemen* van Van Diest¹¹ kan ook als voorbeeld dienen.

Ontologische analyses van ondernemingen

Op het moment dat het gebied van ondernemingen als relevant wordt gezien voor een wijzgerige analyse, is de voorwaarde aanwezig voor een ontologie van de ondernemingen. Het gaat hier om een wijzgerig specialisme waarin onderzoek wordt gedaan naar constituerende principes van ondernemingen.

De geschiedenis van de wijsbegeerte toont met enige regelmaat het ontstaan van ontologische analyses van speciale onderwerpen. De mens werd vanaf de ontwikkeling van de wijsbegeerte in de

Oudheid als wijzgerig relevant gezien. Het ontstaan van een aparte wijzgerige antropologie is echter later in de geschiedenis van de wijsbegeerte ontstaan. Verder kan men hierbij denken aan disciplines als sociaal-politieke filosofie, epistemologie, filosofie van de natuur, filosofie van de techniek, enzovoorts. Het gaat dan om de ontologie of rationaliteit van het betreffende domein.

Het ontstaan van zo'n wijzgerig specialisme lijkt verband te houden met het ontstaan van een soort crisis in het denken over het betreffende gebied. De wijzgerige antropologie ontstond nadat de plaats van het menselijk bestaan in de wereld als een probleem werd ervaren: een bepaalde opvatting van menselijke vrijheid lijkt op gespannen voet te staan met het gegeven dat mensen ook deel zijn van de natuur. Iets analoogs is te zeggen ten aanzien van de overige gebieden (probleem van/crisis in het denken over de kennis, cultuur enzovoorts).

Is er ten aanzien van het wijzgerig denken over gebied van ondernemingen ook een probleem of crisis aan te geven? Dit lijkt inderdaad het geval te zijn. De bestaansredenen van ondernemingen zijn in eerste instantie te formuleren in economische termen en eisen. Een beheersingsoptiek staat centraal. Aan de andere kant zijn ondernemingen sociale fenomenen met de hierbij behorende begrippen, waaronder 'community' of 'gemeenschap'. Deze begrippen lijken op gespannen voet te staan met de begrippen die verband houden met de genoemde ontstaansredenen van ondernemingen.

Het spreekt voor zich dat ontologische analyses over ondernemingen gebruik maken van de analyses genoemd in de bovenstaande categorieën. In *Zinnig Ondernemen*¹² zijn voorbeelden van bovengenoemde ontologische analyses aan te treffen.

Bedrijfsethiek

Wijsgerige ethiek bestaat reeds vanaf het ontstaan van de wijsbegeerte in de oudheid. In de loop van de geschiedenis zijn er verschillende ethische benaderingen en stromingen ontstaan. Vooral in de 20ste eeuw zien we de ontwikkeling van een ethiek op een speciaal gebied. De medische ethiek is wellicht het duidelijkste voorbeeld.

Kenmerk van zo'n 'regionale ethiek' is dat richtingen binnen de wijsgerige ethiek in verband worden gebracht met een specifiek domein, bijvoorbeeld het medisch handelen. Dit kan om twee redenen gebeuren: het betreffende gebied kan interessant zijn voor een wijsgerig-ethische analyse. Het kan echter ook zijn dat het betreffende gebied behoefte heeft aan een eigen ethische reflectie. Dit laatste geldt zeker voor de medische ethiek, maar ook voor de bedrijfsethiek. Opvallend is in ieder geval dat de (wijsgerige) bedrijfsethiek als discipline veelvuldig is aan te treffen bij bedrijfskundige faculteiten van universiteiten. Op dit vlak is reeds de nodige literatuur verschenen. Enkele voorbeelden zijn: R. Jeurissen e.a. *Bedrijfsethiek, een goede zaak*¹³, E.J.M.M. Kimman *Organisatie-ethiek*¹⁴, J. Wempe en K. Melis, *Management en Moraal, Theorieën en Bedrijfscases*.¹⁵

Wijsbegeerte van de organisatietheorie/kunde

Organisatiesociologie, organisatietheorie en organisatiekunde zijn inmiddels erkende wetenschappelijke disciplines of vakgebieden. Menig ander academisch vakgebied kent een wijsbegeerte van dat betreffende vakgebied. In principe kan daarom gesproken worden van de wijsbegeerte van de organisatietheorie/kunde.

Wellicht is in dit verband een parallel te trekken met het onderscheid tussen het vakgebied van de natuurwetenschappen en dat van de techniek. Op basis van dit onderscheid kan men spreken van de filosofie van de natuurwetenschappen en de filosofie van de techniek. Het lijkt daarom zinvol te onderscheiden tussen de wijsbegeerte van de organisatie/managementtheorie en de wijsbegeerte van de organisatiekunde. Dit vakgebied is sterk in ontwikkeling. Men kan voor wat betreft de organisatietheorie denken aan auteurs als Burrell, Morgan, Hassard, Chia. Voor wat betreft de organisatiekunde kunnen bepaalde delen van het werk van Drucker als voorbeeld dienen. (Drucker heeft ooit sociale en politiek wijsbegeerte gedoceerd aan een universiteit.)

Wijsgerige reflecties op het gebied van ondernemingen in andere wetenschappen

Wijsgerige reflectie is geen activiteit waar filosofen alleen aanspraak op kunnen en mogen maken. Met name in de menswetenschappen maar ook wel in de natuurwetenschappen zijn reflecties aan te treffen die wijsgerig van karakter zijn. Meer specifiek zijn in een bepaald soort sociologie wijsgerige reflecties aan te treffen die betrekking hebben op het gebied van ondernemingen. Ik doel hierbij op het werk van sociologen als Weber, Schelsky, Giddens, Beck, Tourraine, Clegg. Webers rationaliseringstheorie, Schelsky's idee van permanente reflectie, Giddens en Becks analyses van de risicomaatschappij, enzovoorts, zijn ingebed in reflecties die wijsgerig van aard zijn. Tegelijk betrekken deze auteurs hun analyse op het gebied van ondernemingen of kunnen hierop betrokken worden.

FILOSOFIE IN ONDERNEMINGEN

Het gaat hier om de vraag: op welke manieren kan de wijsgerige reflectie een rol spelen in het functioneren van ondernemingen.

Verborgen wijsbegeerte in een onderneming

Bepaalde medewerkers in bedrijven hebben filosofie gestudeerd maar doen daar 'niets' (meer) mee. Men is aangenomen als 'it-er', jurist of econoom; het kan zelfs in de organisatie onbekend zijn dat hij/zij ook filosoof is. Zo iemand kan zich in de vrije tijd met filosofie bezighouden, wellicht met onderwerpen die op het eerste gezicht niets met de concrete problematiek van de onderneming te maken hebben. (Hegel lezen tijdens de vakantie in Frankrijk.)

Wanneer het juist is dat een wijsgerige opleiding een bepaalde intellectuele vorming met zich mee brengt, dan lijkt het onvermijdelijk dat die tot uitdrukking komt - zij het 'verborgen'. Gevoeligheid voor een bepaald soort problemen, vragen en onderwerpen kan hieruit volgen zonder dat dat opgemerkt wordt door anderen. Ook denkbaar is de positie van een filosoof in een bedrijf, die met zijn wijsgerige vaardigheden en inzichten niets kan beginnen in het betreffende bedrijf. Als uitvoerende postsjouwter lijkt er weinig ruimte te bestaan voor wijsgerige reflectie: het denken 'doen de anderen'. Maar hij/zij kan dit vermogen in de 'eigen tijd', en gedurende de 'stille momenten' in de uitvoering' activeren en richten op de organisatieproblematiek waar hij/zij dagelijks mee wordt geconfronteerd. Filosofie 'in' een onderneming mondt zo uit in filosofie 'over' ondernemingen.

Wijsgerige reflectie als een vaardigheid van een medewerker

Een filosoof kan in dienst zijn van een bedrijf mede omwille van zijn wijsgerige vaardigheid maar niet in eerste instantie. Hij wordt dan ook niet (primair) aangesteld als filosoof maar als manager, jurist of technicus, enzovoorts. De wijsgerige vaardigheid wordt 'situationeel' ingezet, bijvoorbeeld wanneer het gaat om een bepaalde begripsverheldering, genereren van nieuwe ideeën, opheldering van conflicterende standpunten of het begeleiden en/of structureren van communicatieve processen. De inbreng is dan materieel, bijvoorbeeld via het stellen van vragen, opstellen van een notitie, gespreksvoering of het leiden van een vergadering. De betrokkenen hoeven niet op de hoogte te zijn van het gegeven dat de betreffende functionaris (ook) filosoof is.

De filosofisch consulent

Bedrijven kunnen filosofen in huis halen als adviseur, consulent of opleider. Vaak gaat het dan om filosofen die een eigen filosofische praktijk of adviesbureau hebben. Men kan de filosofisch consulent zien als een soort bedrijfsadviseur. Het onderscheid tussen een filosofische en een 'gewone' adviseur is meestal een kwestie van vaardigheid: filosofen lijken problemen op een manier aan de orde te kunnen stellen, die niet zonder meer verwacht kan worden van een 'normale' bedrijfsadviseur.

De aanleidingen om een filosoof voor een klus te vragen zijn divers van aard: van de behoefte aan 'iets anders' (andere manier van denken), via de ervaring dat 'normale' adviesbureaus voor een bepaald soort probleem minder geëquipeerd zouden zijn, tot het vermoeden dat er bepaalde proble-

men zijn die bij uitstek geschikt lijken om door een filosoof aangepakt te worden. De problemen waar het hier om gaat kunnen ruwweg in vier categorieën verdeeld worden. Twee daarvan kwamen reeds in het bovenstaande naar voren. De indeling laat onverlet dat in concrete situaties de onderscheiden problemen door elkaar kunnen lopen.

- a) *Inhoudelijke vraagstukken.* Voorop staat een onderwerp, ontwikkeling, begrip of samenhang van zaken. Voorbeelden van vragen die uitgangspunt kunnen zijn voor een wijsgerige inbreng zijn onder meer: Is de concurrentie van aard veranderd? Welke gevolgen zijn te verbinden aan het gegeven dat de onderneming meer kennisintensief aan het worden is? Wat is de betekenis van een organisatiestructuur voor het functioneren van een bedrijf? Is de gehanteerde organisatiestructuur consistent met de eisen van een goede uitvoering van bedrijfsactiviteiten? Hoe komen we tot nieuwe vormen van denken en handelen? Enzovoorts.
- b) *Communicatieve vraagstukken.* Het gaan dan om communicatieve processen in bijvoorbeeld een vergadering, afdelingsoverleg of het contact tussen een manager en zijn/haar medewerkers. Ofschoon een agenda of boodschap er 'zakelijk' uit kan zien, kunnen betrokkenen zeer verschillende percepties, vooronderstellingen en verwachtingen hebben, die het communicatieve proces negatief kunnen beïnvloeden. Het kunnen signaleren van en omgaan met dit soort van verschillen is een probleem dat aangepakt kan worden door een filosoof. Bekend is in dit verband de zogenaamde 'Socratische gespreksmethode' die (in ieder geval als naam) een zekere bekendheid geniet.
- c) *Verbetering van het reflectievermogen van medewerkers.* Het doel van de inzet van een filosofisch consulent kan bestaan in de poging de kwaliteit van het reflectievermogen van medewerkers te verhogen. Kenmerk van deze

benadering is veelal dat onderwerpen vanuit de wijsbegeerte worden ingebracht. Men kan in dit verband denken aan het boekje: *Denkge-reedschap Een filosofische onderhoudsbeurt* van P. Wouters.

- d) *Persoonlijke gespreksvoering of counseling.* Een functionaris kan als persoon behoefte hebben aan een filosofische consulent of adviseur. Aanleidingen kunnen bijvoorbeeld persoonlijke crises in het werk of ingrijpende veranderingen in de carrière zijn.

De functie van filosoof als filosoof in ondernemingen

Omwillen van de probleemgebieden genoemd onder 'de filosofisch consulent' is het denkbaar dat een onderneming een filosoof aanneemt juist omwille van zijn/haar filosoof zijn. Tot op heden is hiervan nog maar zeer zelden sprake, met uitzondering wellicht van een bedrijfsethicus.

Gezien het toenemend belang van de onder 'de filosofisch consulent' genoemde probleemgebieden is het niet onwaarschijnlijk dat (grotere) bedrijven ertoe over zullen gaan filosofen in dienst te nemen. (Men kan wellicht stellen dat dit belang toeneemt naarmate managers, medewerkers en 'traditionele' bedrijfsconsultants steeds meer klagen over het feit dat problemen van ondernemingen complexer worden.) Ik ga hier niet verder in op de soort activiteiten die een dergelijk filosoof kan verrichten: zij vallen samen met die van de wijsgerig consulent.

Wijsgerige reflectie als algemeen menselijk vermogen

Wijsgerige reflectie kan gezien worden als een algemeen menselijk vermogen. In deze zin hoeft

men geen wijsbegeerte bestudeerd te hebben om wijsgerig te kunnen reflecteren. Vooral in situaties van verwarring, complexiteit, ervaren behoefte te veranderen, kan een wijsgerige reflectie opsteken in een onderneming. Wat is eigenlijk een markt? - een vraag die men zich kan stellen als het erom gaat te bepalen wat 'onze' markt is. Welk product leveren we nu eigenlijk; wat is onze dienstverlening? Wanneer aan deze vragen enige ruimte wordt gegund is het onvermijdelijk dat er een wijsgerige reflectie plaatsvindt, zonder dat er sprake is van de aanwezigheid van 'filosofen'. In de organisatieliteratuur zijn hiervan voorbeelden aan te treffen. Soms wordt dan expliciet dat men bezig is met wijsgerige reflectie (zie: Collin en Porras, *Built to Last, Successful Habits of Visionary Companies*¹⁶).

Ethische vraagstukken blijken met name geschikt te zijn voor het uitlokken van wijsgerige reflectie. In sommige gevallen wordt deze reflectievorm geïnstitutionaliseerd in een onderneming, bijvoorbeeld in de vorm van een commissie voor ethische aangelegenheden. 'Denktanks' lijkt een meer algemene benaming te zijn voor dergelijke institutionaliseringen. In een aantal gevallen doet een onderneming niet (alleen) een beroep op het eigen ethische reflectievermogen maar huurt men een ethicus in (zie het bovenstaande).

OVERIGE PRAKTIJKEN

'Filosofie in ondernemingen' kan ook betrekking hebben op activiteiten op het gebied van ondernemingen die niet of zijdelings wijsgerig van aard zijn.

De 'filosofie' van een bedrijf

Wanneer men bij een zoekmachine op het internet als sleutelwoorden de woorden 'filosofie' en

'onderneming' intikt, dan krijgt men doorgaans geen verwijzing naar sites waarop wijsgerige activiteiten vermeld staan. Men wordt dan verwezen naar de 'filosofie' van een onderneming, d.w.z. naar een aantal opvattingen die als uitgangspunt dienen voor de bedrijfsactiviteiten van die onderneming. Zij drukken uit waar de onderneming en haar medewerkers voor staan. Deze opvattingen hebben op zich niets te maken met het begrip wijsbegeerte (men spreekt daarom in dit verband dan ook niet over de 'wijsbegeerte' van de onderneming). Filosofie van de onderneming is hier min of meer identiek met een visie of missie van de onderneming. Iets anders is dat de begrippen en het ontstaan van zo'n 'filosofie' onderwerp kan zijn van een wijsgerige reflectie.

'Geestverruimend' denken over ondernemingen

De traditionele organisatietheorie en -kunde worden door menig hedendaagse auteur als verouderd en/of inadequaet gezien. Er bestaat behoefte aan nieuwe vormen van en denken over ondernemingen. Er wordt dan vaak gesproken over de behoefte aan een nieuwe 'filosofie' van, of visie op ondernemingen. De vraag is dan hoe men tot zo'n nieuwe 'filosofie' komt. Op dit punt bestaat een grote diversiteit aan opties, die één kenmerk gemeenschappelijk hebben, namelijk dat zij *niet* wijsgerig van aard zijn.

Opvattingen over 'wereld- en persoonlijke energiestromen' (New Age), gepopulariseerde en geëxtrapoleerde kwantummechanische beelden, gepopulariseerde chaostheorie en evolutionair/biologische extrapolaties kunnen regelmatig aangetroffen worden als uitgangspunt voor een beoogde nieuwe manier van denken over ondernemingen.

Besluit

Het ging in dit artikel om een eerste poging de diverse relaties tussen filosofie en ondernemingen in kaart te brengen. Als belangrijkste onderscheiding hierbij heb ik die tussen filosofie 'over' en 'in' ondernemingen gebruikt. Vervolgens ging het er mij om binnen iedere 'categorie' onderscheidingen aan te brengen. Leidraad is in eerste instantie geweest de 'herkenbaarheid'. Voorzover ik nu kan nagaan is iedere uiting op dit gebied wel ergens in deze kaart onder te brengen. Een andere vraag is die naar de onderlinge verhouding tussen de onderscheidingen. In het bovenstaande is niet geprobeerd die vraag te beantwoorden. Soms gebeurde dit overigens wel, maar dat had dan tot doel om de betekenis van een onderscheid duidelijk te maken.

Op één vraag wil ik nog ingaan: de verhouding tussen filosofie *over* respectievelijk *in* ondernemingen. Wat kan de betekenis zijn van filosofie *in* ondernemingen voor filosofie *over* ondernemingen? De beantwoording van deze vraag hangt mede af van de vraag wat filosoferen is. Op die vraag ben ik in dit artikel niet ingegaan: ik heb een 'empirisch' standpunt ingenomen. Twee mogelijke antwoorden lijken op voorhand mogelijk. Ten eerste kan men zeggen: Filosofie 'in' heeft geen betekenis voor filosofie 'over', bijvoorbeeld omdat men de filosofie beschouwt als een min of meer gesloten discipline met eigen methodes en manieren van kijken. Als men echter een meer 'open' opvatting van filosofie hanteert, dan kan filosofie 'in' een *heuristische* functie vervullen. Er wordt 'gefilosofeerd' *in* ondernemingen; hier kunnen probleemstellingen en inzichten gegenereerd worden die van belang kunnen zijn voor een filosofie *over* ondernemingen. En andersom, wat kan de betekenis zijn van de filosofie *over* ondernemingen voor de filosofie *in* ondernemingen? Ik

denk dat de mogelijke antwoorden van hetzelfde type zijn.

Ik zou er voor willen pleiten filosofie *over* ondernemingen te zien als *inspiratiebron* voor filosofie *in* ondernemingen. Wil zij dit waarmaken, dan lijken daar voorwaarden aan verbonden. (Zie het artikel: *Wijsgerige reflectie binnen bedrijven* van Van Diest, 't Padje en Meuwisse.)¹⁷

Dr. Han van Diest is stafmedewerker van het Prato Center van de Vrije Universiteit te Amsterdam.

NOTEN

1. De Geus, Eburon, Delft, 1989.
2. Toulmin, Kok Agora, Kampen, 1992.
3. In: *Human agency and language*, Cambridge University Press, 1985.
4. Ten Bos, *Fashion and Utopia in management thinking*, proefschrift, 2000.
5. In: *Filosofie in bedrijf*, jaargang 9 no.4 1999.
6. Sage Publications, London, 1996.
7. Sage Publications, London, 1993.
8. In: *Filosofie in Bedrijf*, jaargang 9 no. 1, 1999.
9. In: *Filosofie in Bedrijf*, jaargang 10 no. 1, 2000.
10. In: *Filosofie in Bedrijf*, jaargang 9 no. 3, 1999.
11. Van Gorcum, Assen 1997.
12. Van Diest, Van Gorcum, Assen 1997.
13. Van Gorcum, Assen, 2000
14. Van Gorcum, Assen, 1991
15. Educatieve partners, 1995
16. Harper Business, New York, 1994
17. In: *Filosofie in Bedrijf*, jaargang 10 no. 1, 2000.